



**USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO FINAL LICENCIATURA

TEMA: **QUILMES, EL SABOR NACIONAL**

ALUMNA: **MARCELA MADEO**

DIR. DE LA CARRERA: **LIC. EDUARDO SÁNCHEZ BAYONA**

FECHA DE ENTREGA: **3/10/2005**



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Celular: 15-5010-3430

Teléfono: 4844-5422

e-mail: madeo.marcela@mail.salvador.edu.ar

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	3
II. CRECIENDO CON EL PAÍS	4
1. Comienzos	4
2. Los primeros 100 años	5
3. Desafíos del segundo siglo	8
4. Conclusión	12
III. CARACTERÍSTICA DE LA CATEGORÍA DE PRODUCTO	13
1. La cerveza	13
2. Hábitos de consumo	14
3. El mercado	23
4. Grupos cerveceros	26
5. Estrategias comunicativas de las principales marcas	29
6. Conclusión	36
IV. MARCO TEÓRICO	38
V. QUILMES, SU COMUNICACIÓN	44
1. El nombre	45
2. Logotipo e isotipo	46

3. Otros elementos	48
4. Estrategias de comunicación	49
4.1. Primera mitad del siglo	49
4.2. La era de la imagen	56
4.3. La era del posicionamiento	64
4.4. Los '90, llegada de la competencia	68
4.5. La pasión argentina	71
4.6. Responsabilidad social	72
4.7. El nuevo milenio	75
VI. CONCLUSIÓN	77
BIBLIOGRAFÍA	78



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

I. INTRODUCCIÓN

“Una de las primeras marcas de la Argentina. Primera en el país en el más amplio de los sentidos: primera porque fue la primera. Primera porque sigue siendo la primera. Primera porque es una grande. Primera porque juega en primera. Primera en el paladar, en la cabeza, en el corazón y en la cotidianeidad de los argentinos. Ahora había que respirar hondo, ponerle el pecho, la pasión y las ganas de tanto tiempo, de hacerla hablar a través nuestro.

Qué responsabilidad.

Qué privilegio.”¹

Son palabras expresadas por la Directora de Cuentas de Young & Rubicam al cumplir un año de trabajo como agencia externa de Quilmes.

Resume en pocas palabras todo lo que Quilmes fue construyendo en el país desde que en 1890 la fábrica fue oficialmente inaugurada al tirar el primer chopp de cerveza que empezó a venderse con la marca Quilmes.

Mi intención es analizar cuáles fueron los pasos que siguió la empresa no sólo para entender porque es la cerveza número uno en el país sino, y sobre todo, para comprender como logró posicionarse como la primera en la cabeza y en el corazón de los argentinos. Cuáles fueron las decisiones que la llevaron a consagrarse como una tradición argentina a la hora del encuentro entre pares.

¹ Lorandi, Alejandra, Dir. Gral. de Cuentas de Young & Rubicam, “Quilmes 111 años de encuentros y el desafío de que sigan ocurriendo... por siempre”, www.yr.com.ar

II. CRECIENDO CON EL PAIS

1. COMIENZOS

Cervecería y Maltería Quilmes S.A. es llamada por todos Quilmes, como el mismo nombre de la cerveza.

Sus fundadores se arraigaron profundamente a estas tierras y su tesón, energía, visión y pasión fueron las que configuraron el alma de Quilmes.

El Sr. Otto Peter Bemberg nació en la ciudad de Colonia, Alemania y llegó temporalmente a Buenos Aires en 1852, a la edad de 23 años.

Al año siguiente regresó a la Argentina y se casó con doña Luisa Ocampo.

Se estableció en el país, con la ayuda de sus padres, fundó una empresa que se dedicó a la importación de tejidos y a la exportación de granos, cueros, lana y charque.

En 1860, asociado a capitales franceses fundó la destilería de alcohol de grano Franco-Argentina en la localidad hoy llamada Guillermo E. Hudson.

El 27 de septiembre de 1888, Otto Peter Bemberg y su hijo Otto Sebastián fundaron, junto a un grupo de inversores, la Brasserie Argentine S.A. con sede en París y con un capital de 3 millones de francos.

A su vez, el 21 de octubre de 1887, ya se había comenzado a construir en Quilmes un establecimiento destinado a la fabricación de cerveza. Las razones de su localización se debieron principalmente a tres factores: la cercanía del ferrocarril de Buenos Aires-Ensenada, la relativamente corta distancia al mercado en expansión de Buenos Aires, y

por último, la pureza del agua. La proximidad de las vías férreas permitió no sólo la comunicación con la destilería Franco-Argentina sino que facilitó la construcción de un desvío hacia el interior de la Cervecería vinculando las operaciones de carga y descarga. Con el tiempo, esta fábrica quedó englobada dentro de los límites de la ciudad de Quilmes, gestándose una interacción sinérgica entre empresa y urbe.

El 31 de octubre de 1890 comenzó la producción y venta, con la marca que rescataba la antigua denominación indígena de la localidad, Quilmes.

Un comentario escrito en un documento de la época (“La Cervecería Quilmes”, Guía Industrial, 1895) describe la envergadura del desafío que inauguraba la familia Bemberg: “La fábrica con sus vastos edificios es un verdadero monumento al trabajo, pues hay que ver aquello para cerciorarse de que es algo colosal (...) se parece a una ciudad con sus calles abiertas, su tráfico de coches eléctricos que van y vuelven cargados de botellas y barriles, con sus peatones que trabajan y piensan...”

2. LOS PRIMEROS 100 AÑOS

Las primeras décadas del siglo XX fueron años de continuo crecimiento y expansión para la industria cervecera. Las inversiones crecieron ante los requerimientos del mercado, el que valoró el esfuerzo industrial centrado en la calidad del producto.

En 1905, el grupo Bemberg construyó por cuenta del gobierno de la Provincia de Buenos Aires el ferrocarril de La Plata al Meridiano V.

El rápido crecimiento de la industria cervecera determinó que en 1907 se comprara la Cervecería Schlau de Rosario para satisfacer la demanda de las nuevas zonas colonizadas.

En 1908 se participó en la formación de la Sociedad Ferrocarril de Rosario a Puerto Belgrano. En ese mismo año se construyó la línea de tranvías eléctricos que unió Quilmes con la Capital Federal. Las antiguas vías aún pueden verse en las calles de la localidad de Bernal.

Paralelamente se instaló el sistema de aguas corrientes que aún funciona en la ciudad de Quilmes.

En 1911 se hicieron los primeros ensayos de producción de cebada cervecera con semillas importadas, las que serían reemplazadas por variedades locales, evitándose así la importación de malta.

En 1912 se adquirió la Cervecería Palermo; en 1917 se iniciaron los ensayos de malteado en la Planta de Hudson, produciéndose la primera malta de cebada argentina.

En 1917 se fundó Santa Rosa Estancias Ltda. S.A..

Entre 1915 y 1920 se construyeron las Cervecerías del Norte en Tucumán y de los Andes en Mendoza; se reconstruyó totalmente la Cervecería Schlau de Rosario y se modernizó la Cervecería Palermo de Buenos Aires.

En 1920 se fundó la Compañía Argentina de Levaduras S.A., primera fábrica argentina dedicada a la fabricación de levaduras para la panificación.

También en 1920 se funda Coroplas S.A., empresa dedicada a la fabricación de tapas corona.

En ese mismo año se establecieron fábricas de hielo y de gas carbónico en Rosario, Córdoba, Paraná, Rafaela y Bahía Blanca.

También en 1920 en Santa Rosa Estancias S.A. se construyeron casas para tamberos, escuelas, casas para peones, administración y fábricas de quesos incorporando a las mismas los últimos adelantos técnicos.

En 1923 se levantaron las casas para el personal, cerca de la Cervecería, con una parquización que sigue siendo orgullo de la comunidad. En ese mismo año de 1923, culminando 12 años de ensayos, se distribuyó semilla de cebada cervecera totalmente argentina, sembrándose una extensión de 500.000 hectáreas. Poco tiempo después el país se transforma en exportador de cebada.

En 1923 y ante las dificultades que enfrentaba el gobierno argentino para cubrir la emisión de un Empréstito Patriótico, la Casa Bemberg dio su garantía al mismo, logrando su colocación en el mercado internacional por un total de 100 millones de pesos.

En 1925 se extienden las operaciones hacia la selva misionera, se construye Puerto Bemberg con casas, iglesias, escuela, hospital, en el mismo predio donde hoy funciona un importante centro forestal.

La primera importación de lúpulo por avión data de 1937. Hoy se obtienen variedades locales con estándares de calidad internacionalmente reconocida por los mejores productores del mundo.

En 1943, a orillas del Paraná en Rosario, provincia de Santa Fe, se levantó la Maltería SAFAC.

Entre 1988 y 1989 se terminó y puso en funcionamiento una nueva planta cervecera ubicada en la provincia de Corrientes con una inversión de 35 millones. A su

vez, en 1991 en Chile se construyó y comenzó a operar una planta cervecera que demandó una inversión de 30 millones de dólares.

En 1992 en Zárate, provincia de Buenos Aires, entró en producción una nueva planta con una capacidad de 2.200.000 hectolitros/ año con una inversión de 71 millones de dólares. La misma fue ampliada en 1994 en 2.000.000 de hectolitros/ año.

Por último la compañía compra la Cervecería Bieckert en 1997. Con esta última adquisición se termina de armar una batería de seis plantas industriales distribuidas en todo el país.

Las formas de distribución del producto también fueron objeto de estrategias de modernización y penetración agresiva en los mercados. En términos de integración hacia delante la empresa desarrolló formas de colaboración con los distribuidores de cerveza lo que les permitió un despliegue geográfico acompañado de un incremento en el volumen de las ventas. Se consolidó, así, una densa red logística de transporte y expendio, al tiempo que se realizaba una activa campaña de promoción y publicidad y constantes negociaciones con distribuidores locales. La estrategia de expansión territorial de la empresa se manifestó en la presencia de una densa red de distribuidores.

La visión de entrepreneur-innovador de los Bemberg no dejó ningún aspecto del proceso de elaboración, envasado del producto, distribución o promoción y publicidad librado a la improvisación. En cada uno de estos procesos se denota la pasión y el arte, y sobretodo el respeto que Quilmes tiene hacia sus consumidores.

3. DESAFIO DEL SEGUNDO SIGLO